

太原“品牌军团”引领消费热潮

要说当下消费市场的热词，“国潮”无疑正领风骚，而在太原，在“品牌强市”战略引领下，太原品牌集团亮相、实力抢镜，成为引领太原市民消费生活的强劲力量，更成为当之无愧的太原新“国潮”。

经过几十年的栉风沐雨，在并州大地上，一大批“大国重器”“民族品牌”“中华老字号”“产业新锐”“未来之星”加速崛起，成为太原走向全国乃至全世界的闪亮名片，彰显了太原品牌的精神、力量和气度。从2月1日至今，本报已经连续刊发了130余篇“太原品牌 品牌强市”系列报道。“太原品牌军团”闪耀出开放、现代、活力、时尚的靓丽气质，向市民展示了“品牌强市”的抱负和决心。如今，“品牌精神”已融入城市血脉，成为太原城市发展中最坚实的底色。



“太原品牌 品牌强市”专题报道——紫林醋业。图为罐装生产线。贾鹏 摄

品牌“全面起势”

佳华科技、向明智控、东杰智能等“硬科技”正在打造城市高质量发展的样本；铜锣湾、万象城、万达、服装城让我们看到商业体对城市更新的力量；崛山、文庙、龙投、汾河景区一大批超级文旅品牌带来全域旅游转型升级；六味斋、林香斋、宁化府这些在坚守中不断创新的老字号依旧熠熠生辉……这是今年以来，太原品牌展现在我们眼前的真实模样。它们历史悠久，它们又初生牛犊，它们承继传统，它们更生机勃勃。它们用自己的文化、产品、精神，一点点影响改变着市民的生活，也代表着太原经济的向上力量。

品牌的实力越强，潜力越大，矩阵规模越大，太原的发展才越具底气。今年年初的《政府工作报告》中提到，建设“品牌强市”，用品牌引领太原发展，成为亮眼的年度“大动作”。在具体谋划中，我市将充分发挥产业定位、资源禀赋、市场空间和政策环境等方面的发展基础和比较优势，深度规划建设全国领先的大宗商品智慧物流供应链管理平台，打造服务全省、承接国内、辐射“一带一路”沿线地区的产业集群；要构建多层次消费平台，打造消费新地标；要做强文化旅游支柱产业，叫响西山生态文化旅游、汾河历史文化、千年府城文旅“三大品牌”，打造“全域旅游”太原样板；要大力发展在线教育、远程办公、直播带货等新消费发展模式，打造高科技、智能化的新消费业态及品牌。统观这一发展蓝图，可以看到，我市正从品牌的单一化、个体化发展向顶层设计、全局统筹的全域品牌战略全力迈进。

抓经济的关键就是抓产业、抓项目，而项目的生命力立足于“品牌”。站在新起点，我市聚焦“太原品牌”，发力“品牌强市”，产业结构不断优化，发展质量稳步提升，经济整体呈现稳步上升态势。品牌的全面起势，正在助力太原经济的持续飞跃。

品牌“高光亮眼”

一泓碧水穿城过，河畔彩带映春色。5月13日，央视《新闻联播》头条“奋斗百年路启航新征程·今日中国”栏目，以及新闻频道大型直播节目《今日中国·山西篇》中多次聚焦太原高质量转型发展所取得的成效。随着镜头闪过，从文瀛公园的红色文化园区、玉泉山城郊森林公园多彩的花海，到“华北第一人工湖”的晋阳湖公园，再到中国宝武太钢集团精密带钢生产车间等，一系列快速发展、成效卓著的“太原品牌”呈现在世人面前。

就拿山水如画的晋阳湖公园来说吧。作为响当当的文旅品牌，晋阳湖公园是太原举全市之力投资百亿元重金打造的城市会客厅，重量级配套的每一份实景呈现，都走在了太原城市发展的最前列，甚至远远超过了市民的想象，“城市新名片”之称当之无愧。在广阔的湖区范围内，每一个新设计的揭幕、每一个新区域的开启，都会迎来一片赞叹，“惊艳”无数观众。可以说，这里已然成为展示太原优美自然风光的精品景区、太

原市民休闲娱乐的好去处。晋阳湖开园以来，已累计接待游客约600万人次，如今更是无数游客来太原必不可少的网红“打卡”胜地。相关地图数据显示，晋阳湖已成为太原市搜索热度第一公园。

再说“太原长子”——太钢集团。世界钢铁工业协会6月3日发布的《世界钢铁统计数据2021》显示，中国宝武钢铁集团以1.15亿吨的粗钢产量排名全球第一。从炼出新中国第一炉不锈钢，到如今生产出世界最薄不锈钢，“百炼钢”化作“绕指柔”，中国宝武太钢集团是太原品牌中翘楚。5月12日，中国宝武太钢集团0.07mm超平不锈钢精密带材和无纹理表面不锈钢精密带钢两项新产品在精密带钢公司全球首发。目前已通过了知名产品应用测试，进入量产阶段。

生态催生动能、项目强劲带动、企业提质增量……在我市经济高质量发展中，“品牌”的力量加速崛起，正挺起太原转型振兴的脊梁。

打造“品牌太原”

的本地品牌；随后，全市各类媒体跟进宣传，不断提高太原品牌的知名度和影响力。

5月7日，以“公益事业对企业品牌形象和价值提升的意义”为主题的太原市“品牌强市”系列论坛——品牌企业公益论坛举行。省品牌研究会负责人认为，推动“十四五”转型出雏型，太原应从品牌建设方面发力，要系统谋划、整体推进、深入实施品牌战略，打造城市品牌、区域品牌、产业品牌，分行业、分领域集中宣传有实力、有声誉、有潜力的企业。

第五个中国品牌日，山西省以“山西品牌，走向世界”为主题，同步设立“汾彩晋韵”线上、线下展馆，呈现独特山西品牌，展现山西品牌发展成就。其中重点提到，我市实施的“品牌强市”战略，让品牌成为拉动区域经济发展的新动力，在新发展格局构建中赢得了战略主动、发展先机。

如今，品牌已成为一个城市、一个地区、一个国家、一个民族经济发达的特征和标志。“除了一些百年企业的创新发展外，不少领军企业一路狂奔，在工业互联网发展赛道上实现了领跑。它们的成功绝非偶然，支撑它们能够不断前进的正是追求品质、精益求精的‘品牌精神’。要把品牌建设作为太原落实新发展理念、推进新旧动能转换的重要抓手。”中国城市经济委员会副主任委员、山西省品牌研究会副会长、太原市智库研究会会长范富表示，当今时代，科技革命和产业革命主导的现代市场经济，一定意义上讲，就是城市经济为主导和引领的市场经济、品牌经济。只有树立“百年品牌”目标，真正地把“品牌精神”落到细微处，才能书写城市发展的百年芳华。

本报记者 贺娟芳

“太原品牌 品牌强市”专题报道——长城计算机。图为生产车间。牛晨阳 摄

中国名牌、中国驰名商标、省级著名商标、市级知名商标……盘点花繁叶茂的太原品牌“花园”，品牌获得的认可与荣誉可谓如星辰般灿烂。可以说，太原众多品牌正立足产业基础、立足资源现状、立足产业特色、立足自身优势，将特色发展作为了加速生长的重要基础，积极融入新发展格局。

今年1月底，我市召开全市品牌工作会议，发出了“品牌强市”的最强音。市发改委、工信局、文旅局、商务局、市场监管局等部门及各县（市、区）等快速行动，拿出实施方案，涉及文旅、工业、地标建筑、名特优农产品、非遗、老字号等多个门类